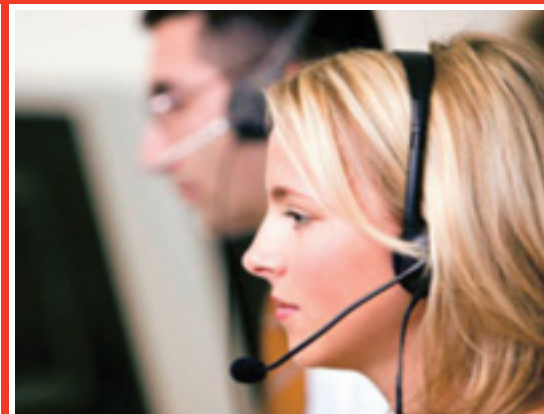


Bases de la Agenda Regional *para el sector de Servicios*



María Fernanda Campo
Presidenta Ejecutiva

Luz Marina Rincón Martínez
Vicepresidenta Ejecutiva

Saúl Pineda Hoyos
Vicepresidente de Gestión Cívica y Social

Ricardo Ayala Ramírez
Director de Estudios e Investigaciones

Equipo técnico

Liliana Patricia Paez Duque
Mauricio Antonio Romero
Oscar Javier Mendoza
Jorge Omar Serrano
Carlos Andrés Arévalo



2007



Contenido

PRESENTACIÓN	7
INTRODUCCIÓN	9
I. GENERALIDADES DEL SECTOR SERVICIOS	11
II. SITUACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS	14
III. EXPERIENCIAS INTERNACIONALES EXITOSAS DEL SECTOR SERVICIOS	22
IV. APUESTA DEL SECTOR PÚBLICOS Y PRIVADO EN SERVICIOS DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS	29
V. BASES DE LA AGENDA REGIONAL DE SERVICIOS	32
VI. COALICIÓN REGIONAL DE SERVICIOS	43
ANEXO 1	47

Índice de cuadros

CUADRO 1. DESCRIPCIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS MODOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	12
CUADRO 2. EXPORTACIONES MUNDIALES DE SERVICIOS COMERCIALES POR CATEGORÍAS PRINCIPALES 2006 (MILES DE MILLONES DE DÓLARES Y VARIACIONES PORCENTUALES)	15
CUADRO 3. POBLACIÓN OCUPADA POR SECTOR ECONÓMICO EN BOGOTÁ (TERCER TRIMESTRE DE 2007, MILES DE PERSONAS)	18
CUADRO 4. ANÁLISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES: ENTORNO ECONÓMICO	20
CUADRO 5. ANÁLISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES: RECURSO HUMANO	20
CUADRO 6. ANÁLISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES: ATRIBUTOS TERRITORIALES E INFRAESTRUCTURA	21
CUADRO 7. ANÁLISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES: ENTORNO INSTITUCIONAL	21
CUADRO 8. ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE INFORMÁTICA, TELECOMUNICACIONES Y SOFTWARE	37
CUADRO 9. ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE SERVICIOS EMPRESARIALES Y PROFESIONALES	38
CUADRO 10. ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE TURISMO	39

CUADRO 11. ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE SALUD	40
CUADRO 12. ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE EDUCACIÓN	41
CUADRO 13. ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES	41

● Índice de gráficas

GRÁFICO 1. CLASIFICACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS	11
GRÁFICA 2. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS EN EL PIB Y EN EL EMPLEO	14
GRÁFICA 3. PRINCIPALES EXPORTADORES DE SERVICIOS TRANSFRONTERIZOS EN EL MUNDO, PROMEDIO ANUAL DE LOS PERÍODOS 1986-1995 Y 1996-2005	16
GRÁFICA 4. PAÍSES CON MAYOR DINAMISMO EXPORTADOR DE SERVICIOS TRANSFRONTERIZOS* ENTRE 1996 Y 2005	16
GRÁFICA 5. CRECIMIENTO DEL SECTOR SERVICIOS EN COLOMBIA 1990 - 2005	17
GRÁFICA 6. COMPORTAMIENTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE SERVICIOS EN COLOMBIA 1994 - 2006	17
GRÁFICA 7. ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR EN COLOMBIA	17
GRÁFICO 8. FLUJOS DE IED EN COLOMBIA POR SECTORES EN 2005 (MILLONES DE DÓLARES)	18
GRÁFICA 9. DINÁMICA DEL SECTOR SERVICIOS EN LA REGIÓN BOGOTÁ - CUNDINAMARCA 1990 - 2005	18
GRÁFICA 10. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS EN BOGOTÁ SEGÚN SECTOR ECONÓMICO	19
GRÁFICA 11. BOGOTÁ: EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y BALANZA DE SERVICIOS, MODOS TRANSFRONTERIZOS, PERÍODO 1996-2003	19
GRÁFICO 12. ESTRUCTURA DE LA AGENDA REGIONAL DE SERVICIOS	34
GRÁFICO 13. APUESTAS PRODUCTIVAS DE SERVICIOS	36
GRÁFICO 14. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA COALICIÓN REGIONAL DE SERVICIOS	44
GRÁFICO 15. GRUPOS DE TRABAJO TEMÁTICOS Y SECTORIALES	45
GRÁFICO 16. PROCESO DE DISCUSIÓN AL INTERIOR DE LOS GRUPOS TEMÁTICOS DE LA COALICIÓN REGIONAL DE SERVICIOS	45





Presentación

En los últimos años, los actores económicos, políticos y sociales de la región Bogotá-Cundinamarca han liderado un proceso de concertación, a través de alianzas estratégicas público-privadas, permitiéndoles definir y poner en marcha proyectos, programas e iniciativas relacionadas al logro de la visión de la región de posicionarse como una de las cinco ciudades más competitivas y con mejor calidad de vida en América Latina.

Iniciativas como el Plan Regional de Competitividad, el Plan Estratégico Exportador o la Agenda Interna de productividad y competitividad de Bogotá-Cundinamarca han identificado los proyectos, estrategias y apuestas productivas en los que deben concentrarse los esfuerzos público-privados para crear y/o desarrollar ventajas competitivas que permitan dinamizar el crecimiento económico, generar empleo y elevar la calidad de vida.

Diferentes estudios realizados a nivel nacional y regional han identificado al sector servicios como uno de los principales motores de desarrollo económico regional, con una alta participación en el PIB y en el empleo, en el que se encuentra la mayoría de las empresas de la Bogotá y de la región. Sin embargo la región se encuentra rezagada en comparación con ciudades como Sao Pulo, Santiago de Chile y Lima, por ejemplo, en la prestación de servicios de clase mundial.

La experiencia internacional corrobora que para tener éxito en el desarrollo de los servicios se requiere de políticas públicas y la concertación con el privado para gestionar las estrategias y proyectos necesarias para consolidar un entorno favorable y atractivo a la localización y desarrollo de las actividades de servicios. Con este propósito en el mundo, se han creado Coaliciones de Servicios, como organizaciones integradas por empresarios, gremios, universidades, centros de investigación, autoridades y asociaciones de profesionales. En general las Coaliciones se gestionan con el propósito de promover el desarrollo de las actividades de servicios con potencial exportador, para lo cual gestionan proyectos e iniciativas, lideran la defensa de los intereses del sector en las negociaciones internacionales o locales, apoyan proyectos para elevar las destrezas y habilidades del recurso humano, y promuevan la atracción de inversiones, empresas y proyectos en actividades de servicios de clase mundial.

La región que integran Bogotá y Cundinamarca ha ingresado en esta tendencia y con el liderazgo de la Cámara de Comercio de Bogotá, en junio del 2007 se creó la Coalición Regional de Servicios para



Bogotá y Cundinamarca, CRS, en alianza con los gobiernos nacional, departamental y distrital, los gremios, universidades, asociaciones de profesionales, y empresarios del sector servicios, con el propósito de facilitar la concertación público-privada, promover el desarrollo de las actividades de servicios de exportación de la región y promover la adopción de políticas públicas para convertir a la región en una plataforma atractiva para la localización y el desarrollo de actividades de servicios.

Con el propósito de contribuir a la orientación de las políticas y acciones públicas y privadas que se requieren en la región, la Cámara de Comercio de Bogotá a través de la Dirección de Estudios e Investigaciones, de la Vicepresidencia de Gestión Cívica y Social, elaboró este informe sobre las Bases para construir la Agenda Regional de Servicios para Bogotá y Cundinamarca. El informe analiza las características y fortalezas y debilidades, de las actividades de servicios en la región, las principales experiencias internacionales exitosas en la gestión de las actividades de servicios, y los lineamientos para una agenda que entregue proyectos, iniciativas y políticas que se han formulado e identificado en la región para posicionar a Bogotá y Cundinamarca como plataforma atractiva para las actividades de servicios en América Latina. El informe concluye con una propuesta para una Coalición de servicios en Bogotá y Cundinamarca.

María Fernanda Campo
Presidenta Ejecutiva





Introducción

Las actividades de servicios cada día se consolidan como uno de los principales motores de desarrollo, crecimiento y generación de empleo. Según la Organización Mundial del Comercio, los servicios representan más del 60% de la producción y el empleo mundial y crecen de manera sostenida desde 1980. Además en los últimos seis años las exportaciones de servicios crecieron 10% en promedio anual y en el 2006, se llegó a la cifra record de US \$ 2,7 billones, que representó el 19% del valor total de las exportaciones mundiales de bienes y servicios.

El sector de los servicios ha crecido no sólo en los países industrializados, como Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, sino también en países y regiones como China y la India que han ganado participación, especialmente en el desarrollo de tecnologías especializadas. Igualmente, distintas ciudades y regiones se han consolidado como lugares atractivos para desarrollar e invertir en las actividades de servicios.

La experiencia internacional enseña que para tener éxito en el desarrollo de los servicios se requiere contar con políticas públicas y lograr la concertación entre los sectores público y privado para definir estrategias y gestionar proyectos necesarios para crear un entorno favorable y atractivo a la localización y el desarrollo de estas actividades. Con este propósito, en el mundo se han creado Coaliciones de Servicios integradas por empresarios, gremios, universidades, centros de investigación, autoridades y asociaciones de profesionales, como estrategia de promoción de los servicios y el escenario para gestionar proyectos e iniciativas, defender los intereses del sector, formar el recurso humano especializado y promover la localización y atracción de inversiones y empresas de servicios.

En junio del 2007 se creó, la Coalición Regional de Servicios para Bogotá y Cundinamarca, CRS, en alianza con los gobiernos nacional, departamental y distrital, los gremios, universidades, asociaciones de profesionales, y empresarios del sector servicios, en junio del 2007 se creó la Coalición Regional de Servicios para Bogotá y Cundinamarca, CRS, en alianza con los gobiernos nacional, departamental y distrital, los gremios, universidades, asociaciones de profesionales, y empresarios del sector servicios, con el propósito de facilitar la concertación público-privada, promover el desarrollo de las actividades de servicios de exportación de la región y promover la adopción de políticas públicas para convertir a la región en una plataforma atractiva para la localización y el desarrollo de actividades de servicios.



En este marco, el contenido de las Bases de la Agenda Regional para el sector servicios integra los temas, proyectos y acciones que requieren de cooperación público – privada para lograr que Bogotá y Cundinamarca se convierta en una plataforma atractiva para las actividades de servicios y se logre la meta de posicionar la región entre las cinco ciudades más competitivas por su calidad de vida en América Latina.

En este informe sobre las Bases para construir la Agenda Regional de Servicios para Bogotá y Cundinamarca, elaborado por la Dirección de Estudios e Investigaciones de la Vicepresidencia de Gestión Cívica y Social de la Cámara de Comercio de Bogotá, se identifican elementos para gestionar el desarrollo de los servicios en la Región, con base en los siguientes aspectos:

- Generalidades del sector servicios, la clasificación internacional, los modos de suministro y los temas de negociación en diferentes tratados comerciales. Así mismo, la caracterización de los servicios a nivel mundial; su participación en las exportaciones mundiales de servicios, los principales exportadores de servicios en el mundo.
- Dinámica económica y empresarial de los servicios en Colombia y en la región Bogotá-Cundinamarca, su participación el PIB regional, en la generación de empleo, las exportaciones, la participación sectorial.
- Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del sector en Bogotá y Cundinamarca, construido con los actores públicos y privados.
- Casos exitosos de servicios en el mundo y Latinoamérica de países como Irlanda, India, Malasia, Estados Unidos, Costa Rica y Chile.
- Acciones público- privadas en la ciudad y la región en el sector de los servicios.



1 Generalidades del Sector Servicios

Antecedentes y definición

En 1995, la Organización Mundial del Comercio elaboró el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), el primer acuerdo comercial multilateral que abarca el comercio de servicios, en el que se dictan las principales normas del comercio de servicios en el mundo. Este marco se convirtió en la guía para las demás negociaciones multilaterales o bilaterales de los países miembros (140 países) y dentro de sus principales objetivos está el de contribuir a la expansión del comercio como instrumento para promover el crecimiento y el desarrollo de los países.

El principal logro de este documento fue la clasificación de los servicios en 12 grandes sectores: ver gráfico 1.

En resumen, los servicios se pueden definir como las actividades que agregan valor a un producto o a una persona. Para entender más sobre este sector, existen algunas características que comparten con el sector de bienes, pero se diferencian en el modo de prestación y suministro al consumidor, por ejemplo: en las industrias de los servicios relacionados con el almacenamiento, la comunicación y la difusión de la información, el asesoramiento y el entretenimiento, la producción de la información general o especializada, las noticias, los informes de consultorías, los programas de computación, el cine, la música, entre otros, se almacenan frecuentemente en objetos físicos, como, papel, grabaciones, CD's, es decir, de manera tangible y pueden comercializarse como los bienes ordinarios.

Sin embargo, al realizar la comercialización y suministro al consumidor final de estos productos, se encuentran varias diferencias con el sector de bienes como la relación inmediata entre el proveedor y el consumidor. Como es el caso de la consultoría, en la que muchas veces la prestación exige que el consultor se encuentre en el lugar en que el cliente desea contratar el estudio.

GRÁFICO 1. CLASIFICACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS



Fuente: elaboración de la Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB, con base en datos de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Los servicios se pueden definir como las actividades que agregan valor a un producto o a una persona

Modos de suministro

En el AGCS, se establecieron cuatro modalidades de transacciones internacionales de servicios, los cuales, permiten identificar y clasificar los servicios según su prestación o forma de suministro al consumidor final.

A continuación se describen los cuatro modos de prestación de servicios y se incluyen los sectores que pertenecen a cada uno de ellos:

cuadro 1

DESCRIPCIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS MODOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Modo 1: Comercio transfronterizo de servicios	Comercio que se realiza entre dos países, en el cual no existe un desplazamiento de las personas: es el servicio el que traspasa la frontera.	<ul style="list-style-type: none">o Transportes (en su mayor parte), servicios de comunicaciones, servicios de seguros, servicios financieros, regalías y derechos de licencia.o Parte de servicios de informática y de información, otros servicios empresariales y servicios personales, culturales y recreativos y las transferencias bancarias.
Modo 2: Consumo en el extranjero	Las personas no residentes en un territorio diferente al propio consumen un servicio. Los turistas extranjeros que consumen servicios de hospedaje y alimentación en Colombia son ejemplo de este modo de transacción de servicios.	<ul style="list-style-type: none">o Viajes (con exclusión de los bienes adquiridos por los viajeros); reparación de medios de transporte en puertos extranjeros (bienes); parte de transportes (servicios de apoyo y auxiliares a los medios de transporte en puertos extranjeros).
Modo 3: Presencia comercial	El proveedor de servicios de un territorio suministra su servicio a través del establecimiento comercial en el territorio de otro país.	<ul style="list-style-type: none">o Inversión extranjera directa: como la apertura de oficinas en el exterior para la comercialización de productos.
Modo 4: Presencia de personas físicas	El proveedor de servicios, ya sea extranjero o no residente de un territorio, se traslada físicamente a otro país para suministrar dicho servicio de manera temporal.	<ul style="list-style-type: none">o Parte de servicios de informática y de información; otros servicios empresariales; servicios personales, culturales y de recreación y servicios de construcción. Comercio de servicios de filiales extranjeras (información complementaria): Empleo de extranjeros en filiales extranjeras

¿Qué se negocia internacionalmente en servicios?

El acelerado cambio tecnológico y productivo durante los últimos 20 años en materia de telecomunicaciones, transporte e informática (desarrollo de Internet y comercio electrónico), entre otros sectores, han obligado a los países a proteger sus inversiones y sus sectores incipientes frente a la competencia internacional. Por ello, después de 1994, en las negociaciones internacionales se incluyó el tema de servicios, con el fin mejorar las relaciones entre los países y liberalizar progresivamente el comercio de servicios.

Tal como en las negociaciones y comercio de mercancías, las de servicios comprenden principios rectores para el intercambio como Trato Nacional¹ (TN), Trato de Nación Más Favorecida² (NMF), la Presencia Local³, finalmente y Acceso a Mercados, aspecto en el cual, los países miembros de un acuerdo de comercio de servicios deben otorgar, a los servicios y a los prestadores de servicios de los demás países miembros, acceso a su mercado.

Por intermedio de estos principios se abren discusiones en los escenarios internacionales de integración comercial y económica en mesas o temas de negociación en sectores como:

- Servicios financieros y seguros.
- Inversión.
- Servicios transfronterizos (salud, transporte, turismo, entre otros).
- Telecomunicaciones.
- Comercio electrónico.



1 Los países miembros de un determinado acuerdo de comercio de servicios deben otorgar a los servicios y a los prestadores de servicios de los demás países miembros, un trato no menos favorable que el otorgado a sus propios servicios o prestadores de servicios similares. No obstante, los países pueden mantener excepciones mediante la inclusión de medidas disconformes con los principios de acceso a mercado y trato nacional.

2 Los países miembros de un determinado acuerdo de comercio de servicios deben otorgar a los servicios y prestadores de servicios de los países miembros, un trato no menos favorable que el concedido a los servicios y prestadores de servicios similares de cualquier otro país, miembro o no de dicho acuerdo.

3 Ningún país miembro de un determinado acuerdo exigirá a un prestador de servicios del otro país miembro que establezca o mantenga una oficina de representación u otro tipo de empresa, o que resida en su territorio como condición para la prestación transfronteriza de un servicio.

2 Situación del Sector Servicios

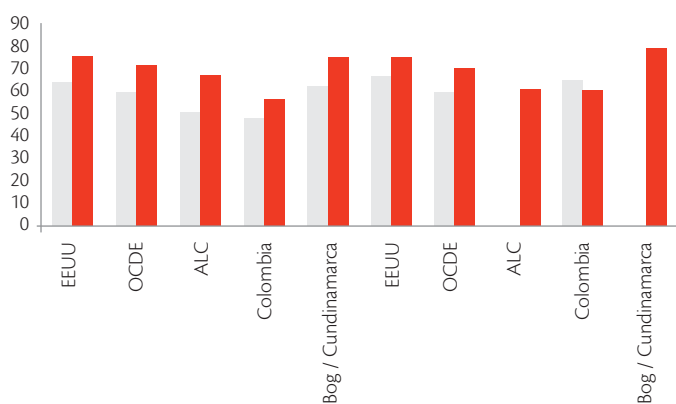
En el mundo, desde mediados del siglo XX, el sector servicios se ha convertido en uno de los motores que ha impulsado el crecimiento de la economía, razón por la cual, ha ganado participación de manera constante, tanto en el PIB como en el empleo y el comercio exterior. Este avance ha estado acompañado de profundas transformaciones como el creciente proceso de urbanización y el desarrollo de nuevas tecnologías, que han inducido el surgimiento de nuevos sectores.

En esta sección se realiza una caracterización de la importancia y tendencias del sector servicios en el mundo, Colombia y la región, así como un diagnóstico (análisis de fortalezas y debilidades) del sector en la región.

Dinámica del sector de servicios y de bienes en el mundo

El sector servicios en el mundo desde hace varias décadas ha estado en rápida expansión, con lo cual, el sector es el que más aporta al crecimiento económico y a la generación de empleo. De igual manera, en el comercio mundial el sector ha ganado importancia, debido a las altas tasas de crecimiento tanto en exportaciones como en importaciones.

GRÁFICA 2. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS EN EL PIB Y EN EL EMPLEO



Fuente: Impacto Económico del TLC con Estados Unidos en la región Bogotá - Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Fedesarrollo).

Entre 1980 y el 2001, el sector servicios en los países industrializados pasó de representar cerca del 60% a más del 70% tanto en la producción como en el empleo. En el 2001, en la Unión Europea el sector representaba más del 75% del PIB y más de 80 millones de personas se encontraban vinculadas a esta actividad⁴. De igual manera, en Estados Unidos más de las dos terceras partes de la producción y del empleo son generados en las diferentes actividades de servicios (Gráfica 2).

En los países latinoamericanos, la tendencia reciente de alto crecimiento económico, como resultado de las políticas de integración y de expansión del comercio mundial, ha impulsado el sector servicios a niveles similares a los países industrializados, como en los casos de la ALC⁵, donde cerca del 70%

de la producción y más del 60% del empleo están a cargo del sector, aún más, en informes recientes, el sector se ha convertido en fuente importante para aliviar las altas tasas de desempleo en algunos países de la región⁶, y en particular, en la generación de nuevos empleos, más sofisticados en actividades específicas como las TICs.

4 http://ec.europa.eu/trade/issues/sectoral/services/index_en.htm

5 Los países de la ALC son Antigua y Barbuda, Barbados, Panamá, Granada, Argentina, México, Brasil y Chile.

6 CEPAL (2004). Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile.

En otros países latinoamericanos, como Nicaragua, Honduras, Ecuador y Perú principalmente, los servicios tienen una representación inferior al 60% en la producción, sin embargo son evidentes los avances que han registrado desde los años noventa del siglo pasado⁷, cuando escasamente alcanzaban a representar la mitad de la producción.

La importancia de los servicios en los países industrializados y en América Latina, es diferente dependiendo del subsector: los subsectores de servicios financieros y servicios a las empresas, los de transportes, almacenamiento y comunicaciones, presentan la mayor parte de la producción, y han sido dinámicos en este período.

En la generación de empleo ha sido clara la importancia de los servicios en todos los países del mundo. En Estados Unidos, en treinta años (1970 - 2000), la población dedicada a las actividades de servicios pasó de 20 millones (similar al empleo generado por la industria) a 50 millones (el de la industria permaneció igual). En los demás países industrializados la tendencia fue similar. En América Latina los servicios generan cerca del 60% del empleo.

La importancia de los servicios en el mundo ha estado relacionada con los cambios en la especialización del trabajo en las empresas, que ha modificado las estructuras de costos de las mismas. "El aumento de los gastos de las empresas está asociado, por una parte, con actividades tales como la investigación e ingeniería, control de calidad y logística, entre otros, pero, también, con las exigencias de administración y coordinación de un gran volumen de transacciones cada vez más especializadas e interdependientes"⁸.

De otro lado, desde hace más de veinte años, las cadenas productivas han sustentado su competitividad a través de la fragmentación de sus procesos en diferentes países, con lo cual se ha intensificado el intercambio comercial y el desarrollo del comercio internacional de servicios.

Entre 2000 y 2006, las exportaciones mundiales de servicios crecieron 10% en promedio anual, con lo cual se llegó a la cifra récord de US\$2,7 billones en 2006, que representó el 19% del valor total (US\$14,472 billones) de las exportaciones mundiales de bienes y servicios⁹. En este período, las actividades más dinámicas fueron las de otros servicios comerciales (12%) y de transporte (10%), estrechamente relacionadas con la actividad productiva mundial (cuadro 2).

cuadro 2

EXPORTACIONES MUNDIALES DE SERVICIOS COMERCIALES POR CATEGORÍAS PRINCIPALES 2006 (US\$MILES DE MILLONES Y VARIACIONES PORCENTUALES)

Sector	Valor			Variación anual	
	2006	2000-06	2004	2005	2006
Servicios comerciales	2.710	10%	20%	11%	11%
Transporte	626	10%	25%	12%	9%
Viajes	737	7%	18%	8%	7%
Otros servicios comerciales	1.347	12%	19%	12%	13%

Fuente: OMC.

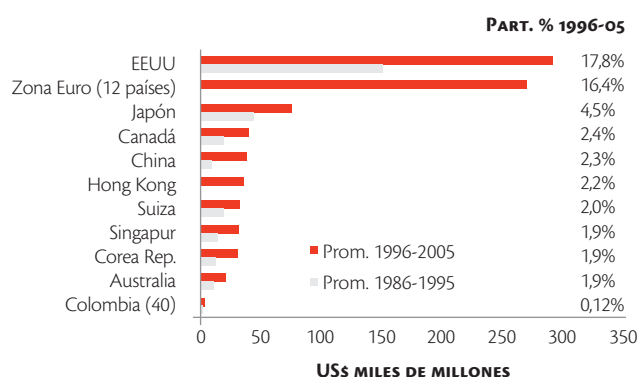
7 Ver al respecto Vivianne Ventura-Días, María José Acosta, José Elías Durán Lima, Mikio Kuwayama y José Carlos Mattos (2003): Globalización y servicios: cambios estructurales en el comercio internacional. CEPAL. Santiago de Chile. Diciembre.

8 Ver al respecto Vivianne Ventura-Días, María José Acosta, José Elías Durán Lima, Mikio Kuwayama y José Carlos Mattos (2003): Globalización y servicios: cambios estructurales en el comercio internacional. CEPAL. Santiago de Chile. Diciembre.

9 Véase al respecto el informe de la OMC (2007) El comercio mundial en 2006 y perspectivas para 2007. Se perfilan riesgos tras los buenos resultados comerciales de 2006, informa la OMC.

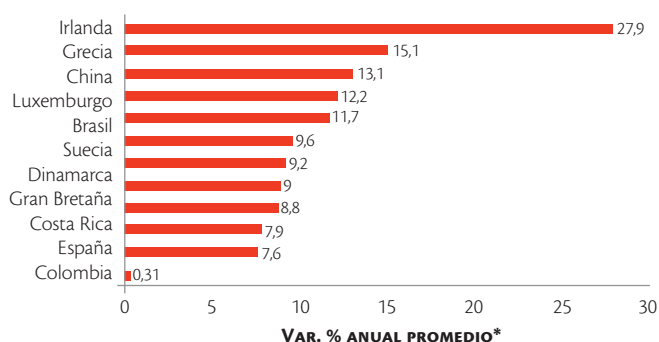
Los países industrializados son los principales exportadores de servicios en el mundo, en particular Estados Unidos, la Unión Europea y Japón. En los últimos años, China e India han ganado participación como resultado del desarrollo de sectores de tecnologías especializadas.

GRÁFICA 3. PRINCIPALES EXPORTADORES DE SERVICIOS TRANSFRONTERIZOS EN EL MUNDO, PROMEDIO ANUAL DE LOS PERÍODOS 1986-95 Y 1996-2005



Fuente: cálculos de Fedesarrollo con datos FMI-BOPs enero 2007. *Sólo modos 1 y 2 de suministro de servicios. Zona Euro: doce países (Austria, Bélgica, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Países Bajos, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal y España).

GRÁFICA 4. PAÍSES CON MAYOR DINAMISMO EXPORTADOR DE SERVICIOS TRANSFRONTERIZOS* ENTRE 1996 Y 2005



Los países europeos han sido los de mayor dinamismo en las exportaciones de servicios, en particular, Irlanda, que registró un crecimiento promedio anual de 27,9% en sus exportaciones. Por el contrario, las exportaciones de Colombia no fueron dinámicas (gráfica 4).

Otro hecho que destaca la importancia que en las últimas décadas ha consolidado el sector servicios es la inversión extranjera. En 2006, la inversión extranjera directa en el mundo aumentó el 34%, con lo cual alcanzó la cifra de US\$1,2 billones. El 48% de la inversión se dirigió a los países industrializados, y el 8,3% hacia los países latinoamericanos.

La inversión que se realiza en América Latina decreció 4,5%, y en su mayor parte se concentró en México (con US\$18.000 millones) y Brasil (US\$16.000 millones de dólares). Estados Unidos, los Países Bajos, España y Canadá son los mayores inversionistas en América Latina¹⁰. En el sector de las comunicaciones es donde con mayor fuerza se ha localizado la inversión extranjera, así como en los sectores intensivos en recursos naturales.

Dinámica del sector servicios en Colombia

En Colombia, la tendencia del sector servicios ha sido similar a la del mundo. Entre 1980 y 2005, pasó de representar el 47% al 59% de la producción nacional. En 2005, los subsectores inmobiliario y de alquiler (15% del sector), administración pública (14%), comercio (13,6%), intermediación financiera (10%) y transporte (9,5%) concentraron el 62% de la producción.

Otra característica del sector en Colombia es su alta participación (61%) en la generación de empleo, principalmente en los subsectores de servicios comunales, sociales y personales, y de comercio, hoteles y restaurantes,¹¹ que generaron la mitad del empleo del país.

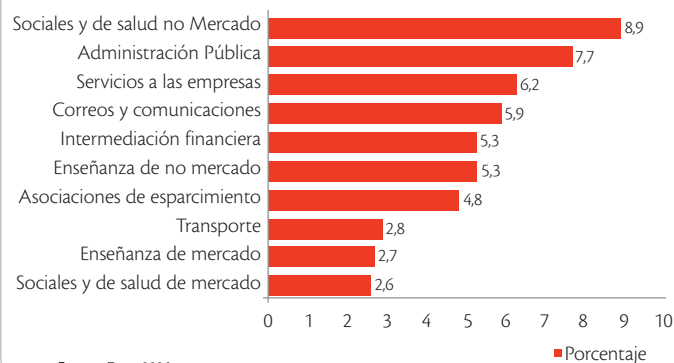
En Colombia, el sector servicios también ha sido dinámico. Entre 1990 y 2005, la producción del sector creció un promedio anual de 3,6%, cifra superior a la registrada por los sectores de bienes (2%). Los subsectores de servicios más dinámicos fueron: sociales y de salud, administración pública, servicios a las empresas, comunicaciones e intermediación financiera (gráfica 5).

El comercio exterior de servicios en Colombia ha mantenido una participación similar a los promedios de América Latina. En 2006, las exportaciones (US\$3.733 millones) representaron el 13% del valor total (US\$28.124 millones) de las exportaciones del país y han mantenido una tendencia de crecimiento, particularmente acentuada desde 2004. El valor de las importaciones (US\$5.482 millones), que superan a las exportaciones en un 60%, ha registrado un comportamiento similar, por lo cual la balanza comercial del sector ha sido tradicionalmente deficitaria para el país (gráfica 6). El 85% de las exportaciones colombianas corresponde a actividades de viajes (46%), transporte (26%) y servicios empresariales (13%), que tradicionalmente han determinado las variaciones del comercio exterior del sector.

Las evaluaciones realizadas¹² para identificar la competitividad de los subsectores de servicios indican que Colombia es competitiva en cuatro de ellos: comunicaciones, turismo, transporte y servicios personales, culturales y recreacionales (gráfica 7).

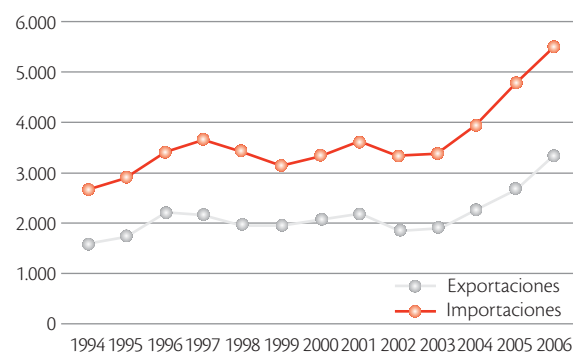
El sector servicios en Colombia ha sido también un receptor relativamente importante de inversión

GRÁFICA 5. CRECIMIENTO DEL SECTOR SERVICIOS EN COLOMBIA 1990-2005



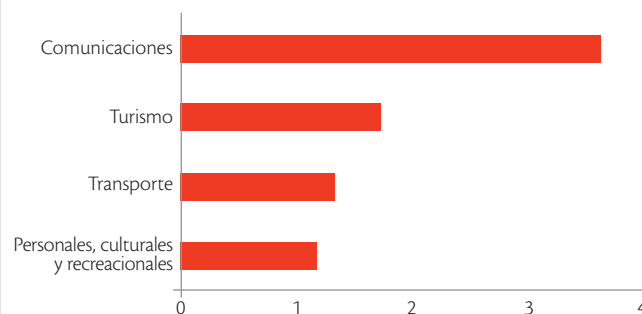
Fuente: Dane 2006.

GRÁFICA 6. COMPORTAMIENTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE SERVICIOS EN COLOMBIA 1994-2006



Fuente: Cálculos DEI con base en Banco República.

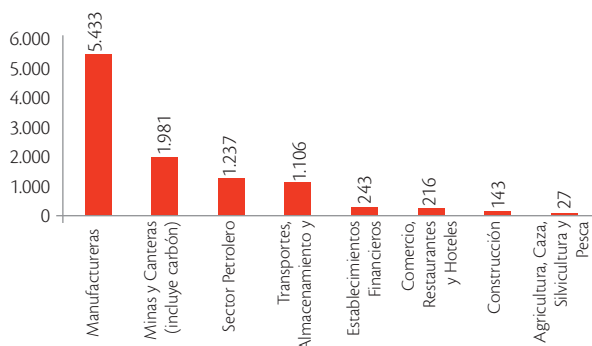
GRÁFICA 7. ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR EN COLOMBIA



11 DANE (2006), Encuesta Continua de Hogares.

12 Ver al respecto el estudio realizado para la Cámara de Comercio por Fedesarrollo, Impacto económico del TLC con Estados Unidos en la región Bogotá-Cundinamarca. mayo de 2007. Mimeo.

GRÁFICA 8. FLUJOS DE IED EN COLOMBIA POR SECTORES EN 2005 (MILLONES DE DÓLARES) EXPORTADOR EN COLOMBIA



Fuente: Banco de la República 2006.

GRÁFICA 9. DINÁMICA DEL SECTOR SERVICIOS EN LA REGIÓN BOGOTÁ-CUNDINAMARCA 1990- 2005



Fuente: DANE 2006.

extranjera. En 2005, llegaron al país US\$10.255 millones y fue uno de los tres países con mayor inversión extranjera en América Latina. Por sector económico, la inversión extranjera se localizó, principalmente, en industria (53% del total), minas y canteras (19,4% del total), petrolero (12,1%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (10,9%) (gráfica 8).

El sector de servicios en la región Bogotá-Cundinamarca

En la región Bogotá-Cundinamarca los servicios son el sector más importante. Entre 2001 y 2005, representó el 70% del PIB y el 76% del empleo regional. La mayor parte de la producción de servicios se concentró en los subsectores inmobiliario (17%), servicios financieros (15%), comercio (14%) y administración pública (11%)¹³.

En el período 1990-2005, la dinámica de la producción en los diferentes subsectores de los servicios fue diferente. Los de mayor crecimiento fueron los relacionados con el sector público y con productos que tienen bajos niveles de transacción en los mercados internacionales (financiero, asociaciones de esparcimiento y enseñanza, entre otros).

Entre 2000 y 2006, en Bogotá, las actividades de servicios generaron el 76% del empleo. Los subsectores de servicios comunales, sociales y personales (37%), y de comercio, hoteles y restaurantes (34%)¹⁴, han sido tradicionalmente los de mayor participación (cuadro 3).

cuadro 3

POBLACIÓN OCUPADA POR SECTOR ECONÓMICO EN BOGOTÁ (TERCER TRIMESTRE DE 2007, MILES DE PERSONAS)

Concepto	2000	2006
Ocupados Bogotá	2.675	3.227
Bienes	617	778
Agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura	31	46
Explotación de minas y canteras	5	8
Industria manufacturera	473	558
Construcción	108	166
Servicios	2.057	2.446
Suministro de electricidad, gas y agua	14	4
Comercio, hoteles y restaurantes	771	825
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	229	271
Intermediación financiera	96	97
Actividades inmobiliarias	246	340
Servicios comunales, sociales y personales	701	909
No informa	1	3

Fuente: DANE 2006, Encuesta Continua de Hogares.

Otra característica que destaca la importancia del sector es su predominio en la creación de empresas. El 79% de las empresas registradas en Bogotá son del sector servicios, principalmente microempresas (88%). La mitad se dedica a actividades de comercio, 17% a actividades inmobiliarias y empresariales, 9% son hoteles y restaurantes, y 8% de transporte y comunicaciones¹⁵ (gráfica 10).

En relación con el comercio exterior de servicios, Bogotá ha mantenido un déficit permanente en la balanza comercial del sector, con tendencia creciente, en razón a la disminución de las exportaciones, que desde 2000 han sido inferiores a las registradas a finales de los años noventa (gráfica 11). En esta perspectiva, Bogotá y su región deben desarrollar acciones orientadas a dinamizar sus exportaciones de servicios, como ha ocurrido con países latinoamericanos (Costa Rica), en los que la oferta de productos específicos en los últimos años les ha permitido ganar participación en los mercados internacionales.

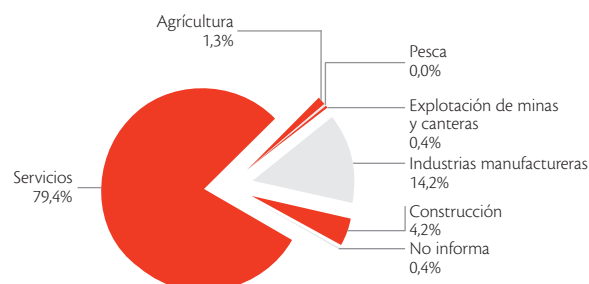
Bogotá es la ciudad que en el país recibe más inversión extranjera (30%), principalmente en sectores de servicios. En 2005, el 64% de la inversión en Bogotá se dirigió a actividades inmobiliarias (54%), financieras (6%) y de transporte (4%). Esta es una ventaja importante para el desarrollo del sector servicios, si se tiene en cuenta que casi la totalidad de las empresas extranjeras tienen su sede en la ciudad.

Finalmente, es necesario precisar que la deficiencia en la información asociada al sector servicios en la región sugiere la necesidad de avanzar hacia la construcción de un sistema de información que revele la verdadera situación del sector en todos los temas. Por ejemplo, en el caso del comercio exterior, las estadísticas del Departamento Nacional de Estadística DANE están desactualizadas y no reflejan la totalidad del comercio del sector.

Fortalezas y debilidades del sector servicios en la región

Las fortalezas y debilidades del sector servicios de la región Bogotá-Cundinamarca se identificaron con base en la metodología de Webster and Muller¹⁶, que plantea la competitividad desde cuatro componentes: estructura económica de la ciudad-región, atributos territoriales, recursos humanos y entorno institucional.

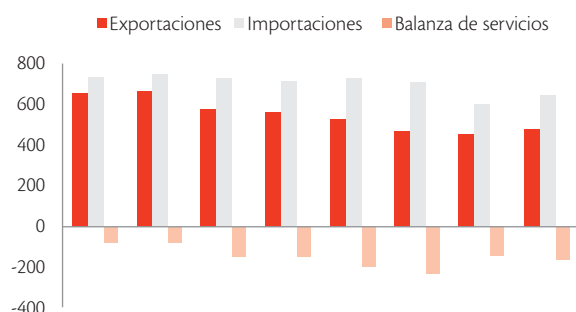
GRÁFICA 10. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS EN BOGOTÁ SEGÚN SECTOR ECONÓMICO



Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones de Bogotá - 2005

GRÁFICA 11 BOGOTÁ: EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y BALANZA DE SERVICIOS, MODOS TRANSFRONTERIZOS, PERÍODO 1996-2003



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos FMI-BOPD enero 2005 y para Bogotá cifras del Banco de la República - Departamento Técnico de

13 DANE (2006), Cuentas Económicas Departamentales.

14 DANE (2006), Encuesta Continua de Hogares.

15 CCB (2006), Registro Público Mercantil.

16 Ver al respecto CCB-América Intelligence (2006). Brechas de competitividad de Bogotá en el contexto de América Latina. Bogotá, Colombia. Noviembre.

El propósito de utilizar esta metodología fue clasificar cada una de las cualidades de la región en los cuatro factores mencionados, para hacer un balance de la competitividad del sector servicios.

En entorno económico, se incluyeron las variables macroeconómicas de la región, que definen las fortalezas y las debilidades del sector. En este sentido, la principal fortaleza identificada es el gran tamaño de la base productiva del sector, que, sin embargo, está afectada por la informalidad y la baja orientación exportadora.

cuadro 4

ANÁLISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES: ENTORNO ECONÓMICO

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • El 36% de las empresas del sector servicios en Colombia se ubica en Bogotá. • En Bogotá, el sector servicios genera el 73% del PIB y concentra el 79% de las empresas. • Es el sector en el que está la mayoría de los ocupados en Bogotá (76%). • Existe evidencia de actividad exportadora en subsectores como salud, call centers, servicios profesionales e industrias culturales, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferencias en la productividad de las empresas del sector (empresas atrasadas y modernas en las mismas actividades). • Rezago exportador. • Informalidad empresarial.

La principal fortaleza en recurso humano de la región es la disponibilidad de mano de obra calificada y la alta cobertura en educación, que contrasta con los elevados índices de informalidad y el rezago en innovación.

cuadro 5

ANÁLISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES: RECURSO HUMANO

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Amplia cobertura en educación y el mayor número de instituciones de educación superior en Colombia. • Alta calidad de los profesionales en los servicios de salud. • El recurso humano de la región es valorado internacionalmente por su responsabilidad, iniciativa y orientación a resultados (Global Partners). • Programas de acreditación internacional en marcha en un importante grupo de universidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos niveles de desempleo y subempleo profesional e informalidad laboral (actividades de subsistencia). • Brechas en habilidades y destrezas especializadas. • Bajo número de alianzas y convenios con instituciones educativas internacionales. • Rezago en innovación y emprendimiento respecto a las principales ciudades latinoamericanas.

La región tiene importantes fortalezas en la disponibilidad de infraestructura para impulsar el desarrollo del sector. Tiene disponibilidad de infraestructura para realizar eventos, buena dotación hotelera y un aeropuerto en proceso de modernización; sin embargo, requiere avanzar en mejorar la plataforma de conectividad, principalmente.

cuadro 6

ANÁLISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES: ATRIBUTOS TERRITORIALES E INFRAESTRUCTURA**Fortalezas**

- Plataforma de telecomunicaciones más avanzada del país.
- Principal *hub* de carga aérea y quinto de pasajeros en Suramérica.
- Capacidad para realizar ferias, eventos y exposiciones con calidad mundial (Corferias).
- Cuenta con una infraestructura de servicios hoteleros, gastronómicos y culturales diversos.
- En Bogotá se encuentra el mayor número de centros de investigación y desarrollo del país.
- Servicios públicos confiables, con amplia cobertura y a costos competitivos.
- Oferta inmobiliaria para uso corporativo, a costos competitivos.

Debilidades

- Deficiencias en la plataforma logística para el desarrollo de algunos sectores: zonas francas, conexiones viales y puertos multimodales, entre otros.
- Baja penetración de Internet.
- Lento desarrollo del Anillo de Innovación y de la Operación Urbano-Regional Aeropuerto Eldorado (POT).

Bogotá dispone de instituciones que han permitido la construcción de una visión compartida entre los sectores público y privado para impulsar proyectos orientados a hacer de Bogotá una de las cinco ciudades más competitivas en América Latina, entre los que se destaca la especialización de la ciudad en las actividades de servicios, para lo cual cuenta con centros de investigación y buen manejo de las finanzas públicas. No obstante, requiere trabajar en el fortalecimiento de la representatividad de los principales temas que afectan al sector.

cuadro 7

ANÁLISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES: ENTORNO INSTITUCIONAL**Fortalezas**

- Visión compartida público-privada sobre el futuro económico de la región.
- Construcción de una Agenda de Servicios entre la Administración Distrital y el sector privado.
- Estrategia para atraer inversiones al sector servicios (Agencia Invest in Bogotá).
- Estrategia de emprendimiento: Bogotá Emprende.
- Facilidades para crear empresas (dos días y medio).

Debilidades

- Falta mayor articulación entre los gremios del sector.
- Tratamiento normativo desigual frente a otros sectores: fiscal, políticas públicas, trámites de comercio exterior, promoción de exportaciones.
- Carencia de información actualizada para el sector.
- Baja acreditación internacional (educación, salud, servicios profesionales).
- Falta de líneas de financiación y capital de riesgo.

3 Experiencias internacionales exitosas del sector servicios

El análisis realizado a los principales casos exitosos en el mundo y en Latinoamérica en el desarrollo de políticas públicas y la vinculación de los sectores público y privado para el dinamismo y promoción del sector servicios, indica que la presencia de un organismo institucional que agrupe y consolide a los empresarios del sector desde una visión global e integral ha sido un factor importante en el despegue económico, tal como en Irlanda, India, Malasia, Costa Rica y Chile, entre otros. Estas organizaciones se caracterizan por:

- o Agrupar empresas diversas y atomizadas de la economía, que sumadas presentan la más alta participación en el PIB de las economías.
- o Promover sectores identificados con alto potencial de desarrollo, atracción de inversión, generación de empleo y/o promoción.
- o Gestionar proyectos e iniciativas asociadas a la formación del recurso humano especializado, el mejoramiento de condiciones atractivas en materia tributaria, aduanera, financiera, de comercio exterior, inversión, desarrollo de infraestructura y educación.
- o Defender los intereses del sector en las negociaciones internacionales.
- o Tener una fuerte orientación a incidir en políticas públicas para fortalecer el sector y obtener mayor competitividad.
- o Desarrollar actividades de capacitación e investigación para beneficio general y sectorial.

A continuación, se presentan algunos de los casos más representativos de promoción del sector servicios en el mundo:

Caso Irlanda

La República de Irlanda, con una población de un poco menos de tres millones de habitantes, es una nación relativamente joven. Después de un gran conflicto con Gran Bretaña, se independizó en 1922.

En 1950, un estancamiento de la economía y la alta migración obligaron al gobierno irlandés a replantear sus políticas, tomando un nuevo rumbo que favoreciera la inversión extranjera mediante la creación de incentivos tributarios sobre las economías que se establecieran en el país. En 10 años, se vieron resultados, con 350 empresas pioneras de las exportaciones del sector. Además, en 1965, el país suscribió el Tratado de Libre Comercio con el Reino Unido, lo que le permitió dar un mayor impulso a las exportaciones.

Los factores de éxito que permitieron el crecimiento de Irlanda en un periodo cercano a los 20 años se debió, especialmente, al desarrollo de políticas del gobierno y a la creación de un ambiente económico estable, promotor de negocios y con alta inversión en educación y tecnología.



Para la atracción de inversión extranjera, se creó un ambiente fiscal favorable, generador de oportunidades de negocios, lo que permitió que empresas extranjeras establecieran sus operaciones en este país. La tarifa de renta, del 12,5%¹⁷, es la más baja entre los países de la Unión Europea y en el mundo. Adicionalmente, Irlanda cuenta con beneficios fiscales en investigación y desarrollo, y acuerdos de doble tributación con 45 naciones.

Los principales sectores promocionados por Irlanda son: telecomunicaciones, medios digitales, ingeniería, compañías ICT, servicios farmacéuticos, tecnologías médicas, servicios financieros y servicios internacionales.

- o Irlanda se considera, hoy en día, el país con uno de los sistemas de comunicación más competitivos de Europa.
- o Allí se encuentran ubicadas las empresas más reconocidas de Internet (Google, e-Bay y Overture).
- o Más de 170 empresas internacionales desarrollan en Irlanda proyectos de ingeniería eléctrica aeroespacial y automovilística (ABB, Cardo, Eaton, Ingersoll Rand, Kostal, Liebre, Pratt & Whitney y Siemens, entre otras).
- o Se encuentran más de 300 compañías internacionales de tecnologías de información y comunicación, como IBM, Intel, Hewlett Packard, Dell y Microsoft. Estas empresas emplean a 45,000 personas; en 2003, el sector exportó 21 billones de euros, equivalentes al 26% de las exportaciones de Irlanda.
- o El sector de tecnologías médicas ha crecido en los últimos años al 10%, consolidándose en el mercado irlandés grandes compañías internacionales como Abbott, Becton Dickinson, Boston Scientific, Essilor, Johnson & Johnson, Stryker y Tyco Healthcare.
- o Cuenta con un amplio número de instituciones financieras (450) en actividades como la banca, financiación y administración de activos, leasing, administración y custodia de fondos, seguros y operaciones de futuros, entre otros.

Caso India

La India es un país con 1.060 millones de habitantes y tasas demográficas de crecimiento entre el 7% y el 8% para los próximos años. Su desigualdad y contraste son sus características más notables. Sin embargo, hoy se posiciona como uno de los principales productores de servicios.

El éxito que ha tenido este país se debe al esfuerzo estratégico conjunto del Estado, el sector privado, los profesionales y la academia, para tener una mano de obra calificada, un positivo ambiente político y económico, un ambiente fiscal propicio y atractivo para la inversión extranjera, y una alta calificación de los empleados.



17 IDA Ireland. Ireland. Knowledge is our nature. Vital statistics. September 2006.

La incorporación de nueva tecnología ha permitido que este país se convierta en uno de los grandes beneficiarios de los procesos de internacionalización. En 2005, este sector representó el 3,15% del PIB de la India, empleando a 697,000 personas. Se espera que, para 2014, el sector represente el 10% del PIB y genere empleo para más de dos millones de personas.

Bangalore, capital del estado de Karnataka, es el ejemplo más importante que tiene la India en materia de desarrollo. Esta ciudad pasó de una economía típicamente agrícola a una basada en empresas de prestación de servicios, y se considera actualmente un centro de la industria del software hindú.

Bangalore es una de las diez ciudades high tech del mundo, y acoge las compañías de software y tecnología más importantes (más de 1.500, de las cuales, 100 son multinacionales).

Los principales sectores en los que compete este país son los servicios tecnológicos como software, BPO (Business Process Outsourcing), IT (Information Technology) y los ITES (Information Technology Enable Services). El principal destino de exportación de las empresas son los Estados Unidos, con una participación del 62%. Sigue el mercado europeo con el 24%, y Gran Bretaña, con el 14%.

Principales políticas adoptadas:

- o Desarrollo de programas de capacitación en educación superior técnica y científica, equivalente a la de los países occidentales más avanzados.
- o Reducción de costos laborales y disminución de la presión gubernamental.
- o Simplificación legislativa y creación de instituciones en el sector de tecnologías de la información (IT).
- o Creación de Zonas Económicas Especiales y parques de alta tecnología.
- o Políticas en materia de educación para introducir la educación informática en niveles educativos primarios.

Caso Malasia

Malasia es un país con 24 millones de habitantes, que se caracteriza por la determinación del sector público de pasar de una economía impulsada por los insumos a una de conocimiento, con el objetivo de generar crecimiento sostenible y mantener la competitividad, procurando acelerar la transición hacia una economía basada en valor agregado y conocimiento, en un esfuerzo por alcanzar en 2020 el rango de país desarrollado.

En el año 2005, el sector de servicios representó el 60,6% del PIB, especialmente en servicios de turismo, salud, enseñanza, servicios financieros y los relacionados con la tecnología de la información y las comunicaciones.

El sector de turismo aporta a la economía el 6,9% del PIB, constituyéndose en la segunda mayor fuente de ingresos en divisas de Malasia, precedido por el sector manufacturero.

En los servicios de salud y sanitarios, en 2003, aproximadamente 103.000 visitantes buscaron tratamiento médico en Malasia y generaron ingresos por 16 millones de dólares.

Por otro lado, el gobierno malayo estimula los servicios de educación y profesionales en el interior del país, con el objetivo de evitar la emigración de estudiantes y fortalecer la mano de obra calificada, haciéndola compatible con las necesidades industriales del país. Con este fin, desarrolló “Programas 3 + 0”, es decir, tres años de estudio en Malasia y cero años de estudio en el exterior. Un gran ejemplo es el INTI College, el cual introdujo un diplomado en “Ciencia y comercio de la informática”, que confiere al estudiante un diploma de la Universidad Británica sin salir del país.

Principales políticas adoptadas

- o Desarrollo de incentivos fiscales para las actividades bancarias extraterritoriales, gestión de fondos, servicios fiduciarios y seguros, y carteras de inversiones.
- o Otorgamiento de exención parcial de impuestos sobre la renta de 70% durante cinco años a las compañías desarrolladoras de software original o que efectúen modificaciones importantes a software ya existente.
- o Deducción del 40% de los gastos incurridos en la adquisición de computadores y de activos relacionados con tecnología de la información.
- o Creación de incentivos tributarios para el sector de turismo, como la exención parcial del 70% del impuesto sobre la renta por un periodo de cinco años, en áreas especiales del país.
- o Deducciones hasta del 60% de los gastos incurridos dentro de los cinco años siguientes a la fecha en que la inversión fue debidamente calificada. Esta misma exención aplica para proyectos de modernización, expansión y remodelación de hoteles.
- o Doble deducción de los gastos incurridos en la promoción del sector a hoteles y agencias de viajes.
- o Exención del impuesto sobre la renta a agencias de viajes que traigan al país por lo menos 500 turistas al año.



Caso Costa Rica

Costa Rica ha sido uno de los países latinoamericanos de mayor éxito en la exportación de servicios (como call centers, back office, centros de ingeniería y diseño, y software), pasando de un 30% del PIB en 1980 a un 50% en la actualidad, debido a variables de orden social, político y económico que han permitido un desarrollo importante y equilibrado.

Entre los factores de éxito se destaca el recurso humano, ya que el 97% de las personas son letradas. Desde 1998, se establecieron laboratorios de cómputo en la mayoría de los colegios y en un 50% de las escuelas públicas, y desde 2000 se implementan programas para aumentar la cobertura de la enseñanza del inglés como segundo idioma. Así mismo, la estabilidad política y social del país han atraído inversiones.

Por otro lado, Costa Rica cuenta con dos puertos tanto en la Costa Pacífica como en la del Caribe, que atraen a los grandes transportadores. De hecho, 236 transportistas se encuentran ubicados en este país.



Además, cuenta con dos aeropuertos y una gran infraestructura de telecomunicaciones.

El régimen de zonas francas se establece como una herramienta de todo el sector exportador, de manera que sus operaciones internacionales sean más ágiles y eficientes. Estas zonas francas ofrecen exenciones arancelarias para materias primas y bienes de capital, exención del pago de impuestos sobre la renta, al valor agregado, a los activos e impuestos municipales, y la posibilidad de vender hasta un 25% del producto en el mercado local

(50% para las empresas de servicios). Este régimen representa más del 50% del flujo exportador del país.

Los principales sectores en los que se especializa Costa Rica son: turismo, tecnologías de información y comunicación, call centers, back office y contact centers.

Estrategia de desarrollo de Costa Rica:

- o Propiciar el ambiente adecuado para crear y desarrollar negocios de manera sostenible y competitiva.
- o Promover y estimular la innovación, la generación de PI y la creación de negocios de alto valor agregado.
- o Integrar y representar de manera efectiva los segmentos que conforman el sector de tecnologías de información y comunicación.
- o Desarrollar mecanismos de vinculación empresarial, política, financiera y de conocimiento.
- o Posicionar y apoyar al sector para que se convierta en un exitoso proveedor internacional de productos y servicios.

Como consecuencia del desarrollo de esta estrategia, Costa Rica ha logrado atraer y promover la instalación de empresas dentro de los cuatro segmentos que conforman las TIC:

- o Desarrollo: productores de software y de aplicaciones especializadas.
- o Servicios directos: desarrollo y mantenimiento de aplicaciones, consultorías, outsourcing, administración e integración de infraestructura de redes, y telecomunicaciones.
- o Servicios habilitados: call centers, centros de soporte de datos, telemercadeo, centro de negocios, administración de compras en línea.
- o Componentes: productores de hardware y otros dispositivos electrónicos.

Caso Estados Unidos

El sector de servicios de Estados Unidos representa el 79% de la fuerza laboral del país, y cuenta con el 73% de las ventas totales y el 84% de los establecimientos.

Para promocionar e internacionalizar el sector servicios, crearon, en 1982, la Coalición de Industrias de

Servicios, con el fin de reducir las barreras a las exportaciones de sus servicios y al desarrollo de políticas constructivas del país, incluyendo las políticas de impuesto.

La Coalición ha desempeñado un papel importante en el acuerdo general de comercio de servicios (GATS) y la defensa de las telecomunicaciones y los servicios financieros ante la Organización Mundial de Comercio (OMC). Además, apoyó activamente las negociaciones de servicios para el área de libre comercio de las Américas, y los acuerdos de libre comercio con Chile y Singapur.

La Coalición de Industrias de Servicio se dedica a:

- o Aconsejar a las agencias estatales de los E.U., tales como la Oficina del Representante Comercial (USTR), Hacienda y el Departamento de Comercio, con informes y consultas regulares.
- o Educar a miembros del Congreso y al personal que afecten el comercio de servicios de los E.U.
- o Cooperar con las organizaciones del sector privado, como el Foro de Servicios Europeo, y la red de servicios de Japón, Hong Kong, Chile y Argentina.
- o Organizar el comercio de servicios a través de una red global y una red de servicios de negocio para las Américas.
- o Organizar misiones de CSI a ciudades como Beijing y Delhi para construir la liberalización del mercado de servicios.



Se encuentra organizada en ocho grupos de trabajo, así: China, líderes financieros, servicios financieros, tecnología de información, medios y telecomunicaciones, servicios jurídicos, logística, negociaciones de comercio e inversión e impuesto.

Caso Chile

Durante los últimos años, Chile ha focalizado sus esfuerzos en la exportación de servicios que, junto a un régimen de apertura comercial, le ha permitido posicionarse en América y el mundo.

Este éxito o reconocimiento se debe a que, desde 1996, viene trabajando en la internacionalización y promoción del sector servicios, primero con la creación del Comité de Exportadores de Servicios, que posteriormente pasó a llamarse "Coalición de Exportadores de Servicios" (CES). Esta surge de la necesidad de contar, a nivel nacional, con un organismo aglutinador representativo que vele por los intereses del sector en forma global, como ocurre con otras ramas de la industria, para encargarse del proceso de internacionalización del sector.

La Coalición funciona con la cooperación público-privada de la Cámara de Comercio de Santiago y Prochile, y está conformada por 44 entidades, entre asociaciones, fundaciones y corporaciones. La CES desarrolla tres líneas de acción:

- o Apoyo a los procesos de negociación que comprenden la liberalización del comercio de servicios.
- o Promoción de exportaciones e internacionalización del sector servicios.
- o Capacitación y estudios.

En el país hay variados gremios sectoriales, pero la realidad muestra que, en las negociaciones internacionales, el sector es tratado como un todo y sólo algunos sectores se negocian en forma particular. Muchos de los problemas que enfrentan los diferentes sectores son comunes, es decir, existe

una problemática horizontal para la industria que debe encararse en forma conjunta. En el ámbito interno, existe un cierto desconocimiento de las modalidades de comercialización internacional de servicios.


Entre los sectores más exitosos de exportación están: servicios de construcción en el extranjero, de ingeniería y relacionados con la minería, de tecnologías de información y comunicación, de medio ambiente, de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de video, editoriales y de imprenta, y servicios de salud.

Principales políticas adoptadas

- o Exención del IVA a los ingresos percibidos por la prestación de servicios calificados como exportación.
- o Devolución del IVA para lo que se les hubiere recargado al adquirir bienes o al utilizar servicios para su actividad de exportación. Igual derecho tienen respecto del impuesto pagado al importar bienes para el mismo objeto.
- o Implementación de la Ley plataforma de inversiones, la cual evita la triple tributación mediante un método denominado "sistema de extraterritorialidad", es decir, que los inversionistas extranjeros cuyo propósito es invertir o prestar servicios en terceros países, evitan en Chile los impuestos de renta que originen dichas inversiones o servicios, aprovechando de paso las ventajas que ofrece el país para canalizar y administrar recursos financieros hacia terceros países.
- o Reducción unilateral de doble tributación, es decir, que los exportadores tienen derecho a imputar como crédito en contra del impuesto de Primera Categoría el impuesto que se les haya retenido en el país extranjero al efectuar la remesa del pago hacia Chile.
- o Reintegro de derechos y demás gravámenes aduaneros pagados en la importación de insumos o consumidos en la elaboración de servicios exportados.
- o Pago diferido de derechos de aduana y crédito fiscal para los bienes de capital utilizados en la prestación del servicio.
- o Creación e implementación del programa de crédito CORFO-exportación, al que pueden acceder empresas de bienes durables y de servicios de ingeniería y consultoría, sin restricción de tamaño.



4 Apuesta del sector público y privado en servicios durante los últimos años



La importancia de una Coalición de Servicios radica en la identificación de las fortalezas y oportunidades de la región Bogotá-Cundinamarca, que tiene como potencial promotor el desarrollo de servicios especializados y, con éste, la facilidad de acceso a mercados internacionales a través de la canalización de estrategias para fomentar y atraer la inversión extranjera y consolidar la región como centro de negocios de América Latina. Para ello, se tienen en cuenta los criterios del sector público-privado como eje fundamental de representación del sector empresarial, y se trabaja en conjunto por el impulso de la economía y desarrollo de la región.

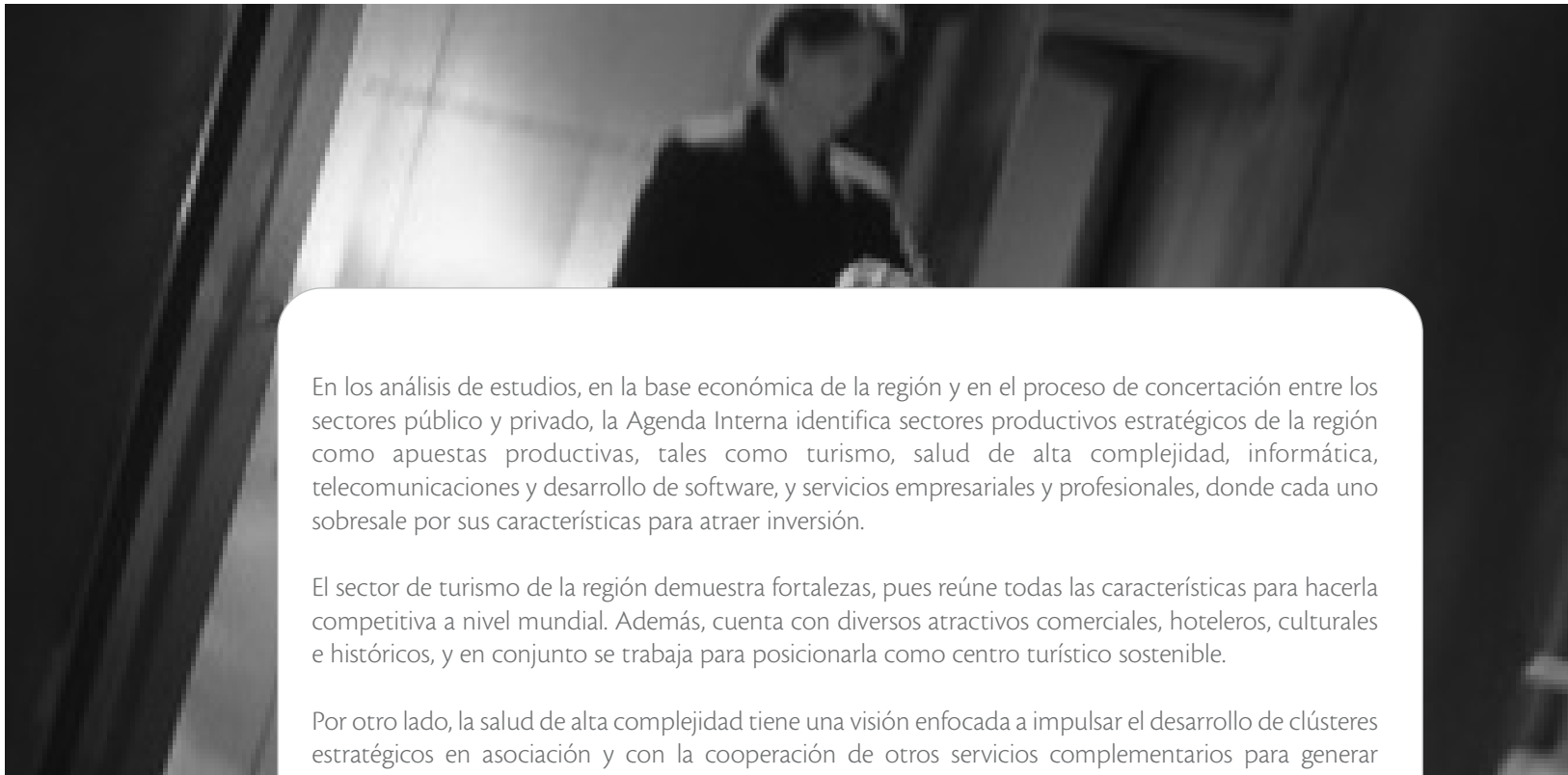
Plan Nacional de Desarrollo 2006-10:

Busca generar el crecimiento económico por medio de formulación de políticas diseñadas en el marco de la Agenda Interna Nacional, enfocadas al aumento de la productividad por medio de la integración de actividades de alto impacto en el entorno empresarial, como son las actividades concernientes a educación, tecnología, infraestructura, instituciones, sistema financiero e impulso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) para contribuir al mejoramiento competitivo del país. Además, destaca promover el sector turismo en la región para consolidarla como centro de promoción, comercialización y destino nacional e internacional.

Agenda Interna para la Productividad y Competitividad de la Región Bogotá-Cundinamarca¹⁸

La Agenda Interna incluye 71 proyectos clasificados en nueve factores de competitividad e identificados en dimensiones sectoriales, regionales y transversales, prioritarios para el Consejo Regional de Competitividad, que busca alcanzar el desarrollo económico y social de la región ofreciendo condiciones favorables para la facilitación de exportación e internacionalización de la región Bogotá-Cundinamarca.

¹⁸ Agenda Interna para la Productividad y Competitividad de la Región Bogotá-Cundinamarca. Consejo Regional de Competitividad de Bogotá y Cundinamarca. Bogotá-Cundinamarca hacia una Región Competitiva. Bogotá, D.C. Noviembre de 2005.



En los análisis de estudios, en la base económica de la región y en el proceso de concertación entre los sectores público y privado, la Agenda Interna identifica sectores productivos estratégicos de la región como apuestas productivas, tales como turismo, salud de alta complejidad, informática, telecomunicaciones y desarrollo de software, y servicios empresariales y profesionales, donde cada uno sobresale por sus características para atraer inversión.

El sector de turismo de la región demuestra fortalezas, pues reúne todas las características para hacerla competitiva a nivel mundial. Además, cuenta con diversos atractivos comerciales, hoteleros, culturales e históricos, y en conjunto se trabaja para posicionarla como centro turístico sostenible.

Por otro lado, la salud de alta complejidad tiene una visión enfocada a impulsar el desarrollo de clústeres estratégicos en asociación y con la cooperación de otros servicios complementarios para generar competitividad, enunciada de la siguiente manera:

“Consolidar a Bogotá como importante y competitivo centro de recepción y atención de pacientes americanos que requieran de servicios de alta complejidad”.

En el sector de informática, telecomunicaciones y desarrollo de software, resalta el hecho de ser éste un soporte de crecimiento y aumento de la competitividad, por lo que existe la necesidad de consolidar una estrategia para impulsar el sector de las TIC y la industria del software hacia la internacionalización.

En el sector de servicios empresariales y profesionales, sugiere crear una zona franca, en la que estos servicios, incluyendo los tecnológicos, sean protagonistas, en aras de aprovechar la infraestructura y las instituciones de educación superior y los centros de gobierno a nivel nacional.

Bases del Plan Regional de Competitividad 2004-2014¹⁹

El Consejo Regional de Competitividad representa la alianza del sector público y privado de la región Bogotá-Cundinamarca, integrado por 1.800 representantes, que trabajan en cooperación para orientar las decisiones estratégicas que contribuyen a la construcción de la visión económica de la región, y las estrategias y proyectos que se deben llevar a cabo.

Las propuestas de las bases del plan regional tienen una visión enfocada a mejorar la competitividad, que apuesta al desarrollo de objetivos, estrategias y planes de acción, tal y como se enuncia textualmente:

“Bogotá -Cundinamarca, en 2015, será la región de Colombia más integrada institucional, territorial y económicamente, con una base productiva diversificada, con énfasis en servicios especializados y agroindustria, articulada al mercado mundial para ser una de las cinco primeras regiones de América Latina por su calidad de vida”.

El contexto de esta visión reconoce que la región Bogotá-Cundinamarca va a ser destino atractivo de inversión y desarrollo de negocios para, posteriormente, posicionarse como centro agroindustrial y de

19 Bases del Plan Regional de Competitividad 2004-2014, Consejo Regional de Competitividad de Bogotá y Cundinamarca, Diciembre de 2003.

servicios especializados en salud, educación, transporte público, recreación y bienes de Colombia y, por ende, de América Latina.

Consejo Asesor Regional de Comercio Exterior - CARCE

El Comité Asesor Regional de Comercio Exterior es la instancia de trabajo conformada por los sectores público y privado de Bogotá y Cundinamarca para promover y desarrollar el sector exportador y contribuir a crear un entorno favorable para los negocios internacionales en la región, a través de mesas de trabajo.

Establece el desarrollo de una estrategia para impulsar las exportaciones del sector servicios de la mano del conocimiento, por lo que plantea crear una coalición regional, por medio de la formulación de varios proyectos, a saber: en servicios de información, comunicaciones y eficiencia empresarial, establece criterios para el mejoramiento de la productividad por medio de la capacitación, y el logro de reconocimiento en el desarrollo y aplicación de programas para exportación y atracción de capital; en servicios de biotecnología vegetal, con el control y preservación de la vegetación por medio de la capacitación y actualización; en recursos humanos, con servicios de salud de alta complejidad y enseñanza del español como segunda lengua y ejemplo de exportación, y otros servicios, como mantenimiento y reparación de aeronaves para facilitar el comercio exterior.

Plan Estratégico Exportador Regional - PEER20

El Plan Estratégico Exportador Regional es ejecutado por el CARCE a través de sus mesas de trabajo, para establecer objetivos enfocados a promover y facilitar el entorno regional hacia la internacionalización.

En su objetivo de promover acciones para facilitar la internacionalización de empresas de la región Bogotá-Cundinamarca, propone que se desarrolle en tres líneas de acción, enfocadas a fomentar la exportación por medio de la formación de clústeres estratégicos y de la articulación de empresarios y gremios del sector servicios. Resalta en su tercera línea de acción que, por medio de la Coalición Regional de Servicios, se debe “promover la articulación de los empresarios y gremios del sector servicios, de cara a la integración hemisférica”.



20 Ajuste al Plan Estratégico del Exportador de la Región de Bogotá y Cundinamarca. Bogotá, Colombia. Mayo de 2004.

5 Bases de la agenda regional de servicios



La Agenda Regional de Servicios para Bogotá y Cundinamarca es una propuesta de las autoridades del gobierno distrital y de un conjunto de actores privados regionales, que presenta y formula diferentes políticas y programas para desarrollar en la región durante los próximos años, y promocionar el desarrollo de las actividades de servicios.

La propuesta es producto del trabajo de un Grupo Gestor, liderado por la Cámara de Comercio de Bogotá y las Secretarías de Desarrollo Económico y de Planeación Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá. El Grupo Gestor de la Agenda está conformado por dirigentes gremiales del sector servicios, empresarios, universidades y expertos especializados, quienes validaron la Agenda y formularon las iniciativas incluidas en la propuesta.

La formulación de las bases de la Agenda tuvo en cuenta diferentes estudios realizados por actores del orden local y nacional, así como los aportes de empresarios y expertos realizados en talleres de identificación de proyectos estratégicos y de elementos de visión regional sobre el sector, que contribuyeron a identificar y construir las dimensiones en las que la propuesta se debía ejecutar. Los talleres permitieron identificar acciones y proyectos específicos que ya se están realizando en la ciudad, para ser articulados a la Agenda y promocionados en el escenario regional.

La construcción y presentación de una Agenda Regional de Servicios está asociada a las necesidades de: (1) definir una visión asociada al sector, ya que éste ha sido identificado como uno de los motores para el crecimiento económico y el mejoramiento de la competitividad de la región en América Latina; (2) conocer la heterogeneidad e identificar las divergencias de las actividades asociadas al sector, para diseñar estrategias de promoción que no generen la exclusión de actividades con potencial; y (3) generar consensos en torno a un proyecto de región, que reúna actores públicos y privados y formule proyectos para el cumplimiento de la visión.

Las bases de la Agenda Regional presentadas en este documento contienen la visión regional del sector servicios en Bogotá y Cundinamarca, conforme a las perspectivas y preferencias expresadas por los actores regionales. A partir de la visión, se enuncian los objetivos de la Agenda, que corresponden a los propósitos fundamentales hacia los que se quiere proyectar el sector servicios de la región. En tercer lugar, se especifican las dimensiones propuestas para la gestión de la Agenda, en las que se concretan proyectos específicos y se identifican sectores potenciales.

Finalmente, la Agenda se complementa con el planteamiento de la estrategia de concertación público-privada que será utilizada para la gestión de la misma.

Visión de la Agenda Regional de Servicios

La visión de la Agenda Regional de Servicios para Bogotá y Cundinamarca es un compromiso y un desafío para que los actores públicos y privados de la región determinen y prioricen las acciones que faciliten el cumplimiento de la misma en el escenario temporal propuesto.

Así mismo, la Agenda responde a la visión existente en la región de las potencialidades y expectativas asociadas al desarrollo de actividades, planteadas en diferentes escenarios y mecanismos de concertación como el Plan Nacional de Desarrollo, la Agenda Interna Regional, el Plan Regional de Competitividad o el Plan Estratégico Exportador.

En este sentido, la Agenda es consecuente con y consecuencia de la visión del Plan Regional de Competitividad, en el que se identifican, explícitamente, los servicios especializados como un componente fundamental de la base productiva regional, que le permitirá a Bogotá y Cundinamarca posicionarse como una de las cinco primeras regiones de América Latina por su calidad de vida.

Adicionalmente, la propuesta de la Agenda parte del supuesto de que mejorar la productividad y competitividad de las empresas es fundamental en el propósito de desarrollar las actividades de servicios, para lo cual sustenta sus proyectos en estrategias locales que ya se han puesto en marcha, tales como el programa de atracción de inversión de la Agencia Invest in Bogotá, el programa de emprendimiento Bogotá Emprende o el proyecto de modernización del Aeropuerto Eldorado.

Finalmente, también es consciente de que la formación del capital humano de la región es una condición indispensable para posicionar con altos estándares de calidad y competitividad las actividades de servicios desarrolladas.

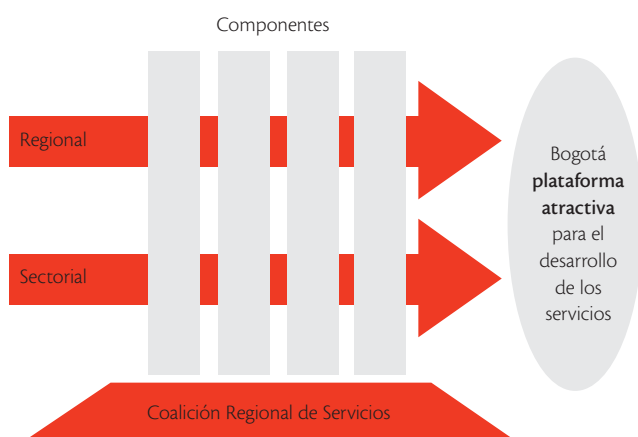
Con base en las consideraciones señaladas, la visión acogida por el Grupo Gestor regional es la siguiente:

"Bogotá y su región, en 20XX, será la plataforma más atractiva de América Latina para el desarrollo de actividades del sector servicios, gracias a que contará con programas de promoción de actividades específicas, un marco normativo y de políticas públicas favorable al sector, una plataforma de TIC y banda ancha eficiente y a bajos costos, un recurso humano especializado y competitivo, y el mejor sistema de información y conocimiento de la región".

Para el cumplimiento de la visión, la Agenda Regional de Servicios será gestionada desde dos dimensiones, regional y sectorial, en las cuales se desarrollarán proyectos e iniciativas a la luz de cuatro

componentes: entorno económico, recurso humano, atributos territoriales e infraestructura, e institucional, identificados como los factores de competitividad determinantes del desarrollo y crecimiento del sector. Los proyectos de la Agenda serán gestionados a través de la Coalición Regional de Servicios, instancia de convergencia institucional público-privada para la concertación y definición de políticas en el sector.

GRÁFICA 12. ESTRUCTURA DE LA AGENDA REGIONAL DE SERVICIOS



La Agenda Regional de Servicios es una iniciativa que busca, en una primera etapa, la promoción de las actividades orientadas a la exportación. Así mismo, el objetivo es definir, a través del trabajo con empresarios, proyectos estratégicos para aquellas actividades del sector que tienen orientación exclusiva al mercado local o con énfasis en la importación.

Objetivos de la Agenda Regional de Servicios

Los objetivos estratégicos que acompañan la visión de la Agenda Regional de Servicios están orientados a mejorar la competitividad de la región en los cuatro componentes estratégicos de la Agenda, a saber:

- o Crear un ambiente propicio para el desarrollo de negocios y la atracción de inversión, a través de incentivos y promoción directa (entorno económico).
- o Construir competencias en diferentes actividades del sector para mejorar la capacidad de generación de empleo de calidad (recurso humano).
- o Gestionar el desarrollo de proyectos en materia de infraestructura, conectividad e inserción internacional (atributos territoriales e infraestructura).
- o Crear la capacidad institucional y promover la normatividad para el desarrollo del sector a través de la cooperación público-privada (institucional).

Dimensión regional de la Agenda de Servicios

La Agenda Regional de Servicios fue concebida a la luz de dos dimensiones. La primera es la regional, en la cual se formulan aquellos proyectos de carácter transversal a la región y que son determinantes en la competitividad a nivel internacional.

Los proyectos de carácter transversal de la región fueron formulados y clasificados con base en los cuatro componentes o factores determinantes de la competitividad regional, a saber:

a. Entorno económico

En este componente, se busca identificar proyectos que faciliten el desarrollo del entorno para los negocios e incrementen la productividad empresarial, las exportaciones y el crecimiento del producto. Para la región, es prioritario:

- o Promover la formalización de empresas de servicios.
- o Promover programas de simplificación de trámites.
- o Fortalecer la asociatividad y el emprendimiento (Bogotá Emprende).
- o Crear condiciones propicias para el acceso a mercados, a través de acuerdos de integración comercial.
- o Impulsar estrategias de financiación.

b. Recurso humano

Este segundo componente es muy importante para el desarrollo del sector servicios en una región. Es fundamental definir proyectos que apunten a mejorar la oferta de capital humano con una formación técnica y profesional especializada en el desarrollo de actividades del sector, y reconocido internacionalmente por sus habilidades y destrezas. Los proyectos identificados deberán:

- o Masificar el programa de bilingüismo.
- o Consolidar el Sistema de Formación para el Trabajo del SENA en las actividades de servicios.
- o Identificar nuevas ocupaciones y promover su inclusión en programas de formación.
- o Promover convenios para homologar títulos y tránsito de personas.

c. Atributos territoriales e infraestructura

En cuanto a los atributos territoriales e infraestructura, se analizan y priorizan proyectos asociados a factores como localización, potencial logístico o la imagen de la ciudad a nivel internacional, los cuales conforman el marco básico de la competitividad urbana. En este sentido, se han priorizado las acciones tendientes a:

- o Modernizar el Aeropuerto Eldorado y crear condiciones para la localización de los servicios en zonas francas.
- o Desarrollar la plataforma de banda ancha y masificar el acceso a tecnologías de información.
- o Acelerar el desarrollo normativo del Anillo de Innovación.

e. Institucional

Finalmente, el medio institucional es un componente importante para el desarrollo de actividades del sector, en la medida que relaciona elementos de la cultura de negocios, normativos y regulatorios, gobernabilidad de la región y el país, y entorno político y social. En este contexto, se ha identificado que para Bogotá es fundamental:

- o Crear un esquema de vocería de los intereses de los empresarios del sector.
- o Promover políticas públicas y una regulación favorable al desarrollo del sector.

- o Apoyar el desarrollo del Sistema de Información Estadístico de Servicios.
- o Articular las empresas con Colciencias, SENA, CDT y universidades para el desarrollo de programas de innovación tecnológica.
- o Diseñar programas de acreditación de instituciones.
- o Impulsar la estrategia de promoción internacional de Bogotá: Agencia Invest in Bogotá.

Dimensión sectorial de la Agenda de Servicios

GRÁFICA 13. APUESTAS PRODUCTIVAS DE SERVICIOS



La dimensión sectorial se construye a partir del análisis de los estudios realizados en la región por entidades del sector público y privado, con objetivos como medir la competitividad de actividades de servicios en escenarios de integración como el tratado de libre comercio con Estados Unidos, o su potencialidad para atraer inversión extranjera directa.

Los estudios utilizan diferentes metodologías para la identificación de actividades del sector servicios en Bogotá y Cundinamarca, que, por sus ventajas competitivas, comparativas o potencial exportador, se constituyen en estrategias para la región. En este sentido, se priorizaron las actividades con potencial de exportación, que son comunes a la mayor parte de las investigaciones.

A partir del análisis mencionado, se seleccionaron 23 apuestas productivas correspondientes a seis subsectores del sector servicios.

A continuación, se amplía la información sobre los subsectores seleccionados:

a. Informática, telecomunicaciones y software:

La tendencia a la reestructuración de la producción en actividades de la nueva economía (de alto contenido tecnológico y uso del conocimiento) es una realidad mundial. La economía de la región Bogotá-Cundinamarca no es ajena a este proceso y, en los últimos años, se ha registrado un incremento en las empresas dedicadas a la producción y uso de tecnologías de información y de comunicaciones. Adicionalmente, se han establecido nuevas empresas en este sector, a través de incubadoras y parques tecnológicos.

Dada la necesidad de desarrollar estrategias para apoyar la internacionalización de las TIC y la industria de software en la región, se han identificado tres actividades con potencial de exportación y oportunidades para el desarrollo de su capacidad productiva y atracción de inversión extranjera:

21 El listado de estudios utilizados para la definición de la dimensión sectorial de la Agenda Regional de Servicios se presentan como Anexo X.

ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE INFORMÁTICA, TELECOMUNICACIONES Y SOFTWARE

ACTIVIDAD	ESTUDIO TÉCNICO DE SOPORTE
Call centers	<ul style="list-style-type: none"> o Balance tecnológico de la cadena de software (Qubit Cluster - Cámara de Comercio de Bogotá). o Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.). o Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Plan Estratégico Exportador Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).
Diseño de programas y contenidos técnicos para empresas	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.). o Plan Estratégico Exportador Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).
Desarrollo de software	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados). o Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.). o Balance tecnológico de la cadena de software (Qubit Cluster - Cámara de Comercio de Bogotá). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Plan Estratégico Exportador Bogotá - Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).

b. Empresariales y profesionales:

La región Bogotá-Cundinamarca se caracteriza por contar con un alto número de profesionales calificados y sociedades dedicadas a actividades de servicios empresariales (el PIB de servicios a las empresas representa el 44% del PIB de la nación en este subsector). La elevada demanda de mano de obra calificada y los avances en informática y telecomunicaciones han permitido identificar en este subsector grandes oportunidades para la producción y exportación de servicios.



En la región se han identificado siete actividades con potencial de exportación y oportunidades para el desarrollo de la capacidad productiva, así como de atracción de inversión extranjera:

cuadro 9

ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE SERVICIOS EMPRESARIALES Y PROFESIONALES

ACTIVIDAD	ESTUDIO TÉCNICO DE SOPORTE
Procesamiento de datos	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Plan Estratégico Exportador Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).
Almacenamiento y manejo de datos	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Plan Estratégico Exportador Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).
Consultoría y asesoría empresarial IT	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Plan Estratégico Exportador Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).
Ensamblaje de maquinaria y electrodomésticos	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).
Transporte y logística	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Impacto Económico del TLC con Estados Unidos en la región Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Fedesarrollo). o Plan Estratégico Exportador Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).
Arquitectura, diseño y cartografía	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).
Mantenimiento y reparación de aeronaves	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Plan Estratégico Exportador Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).

c. Turismo:

La región Bogotá-Cundinamarca cuenta con atractivos culturales, históricos y comerciales de gran variedad y una infraestructura hotelera desarrollada que reúne las características necesarias para competir en la industria del turismo mundial, con posibilidades de turismo multipropósito, como negocios, cultura, recreación, salud, estudios superiores, diversión nocturna, comercio, realización o asistencia a eventos especializados.

Se han identificado dos actividades con potencial de exportación y oportunidades para el desarrollo de la capacidad productiva, así como de atracción de inversión extranjera:

cuadro 10

ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE TURISMO

ACTIVIDAD	ESTUDIO TÉCNICO DE SOPORTE
De ferias, congresos y convenciones (negocios)	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados). o Estrategia de posicionamiento competitivo y mapa estratégico para la cadena turismo de negocios (Qubit Cluster - Cámara de Comercio de Bogotá). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Impacto Económico del TLC con Estados Unidos en la región Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Fedesarrollo).
De salud	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).

d. Salud:

La cadena de salud es una de las más desarrolladas y promisorias en la región. El sector de salud produce aproximadamente 2,1% del PIB regional y reúne atributos diferenciadores como calidad del recurso humano, infraestructura, dotación de alta tecnología y tarifas internacionalmente atractivas, que permiten el desarrollo de actividades potencialmente exportadoras como cirugía plástica y oftalmología.



En la región se han identificado seis actividades con potencial de exportación y oportunidades para el desarrollo de la capacidad productiva, así como de atracción de inversión extranjera:

cuadro 11

ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE SALUD	
ACTIVIDAD	ESTUDIO TÉCNICO DE SOPORTE
Estética	<ul style="list-style-type: none"> o Balance tecnológico de la cadena de salud (Qubit Cluster - Cámara de Comercio de Bogotá). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).
Prostodoncia	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).
Cirugía Plástica	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).
Odontología	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Plan Estratégico Exportador Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).
Oftalmología	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor). o Plan Estratégico Exportador Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).
Estudios clínicos	<ul style="list-style-type: none"> o Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.). o Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).

e. Educación:

La región Bogotá-Cundinamarca cuenta con más de 108 entidades de educación superior (33% de la oferta del país), con estándares de calidad ampliamente reconocidos en el país y en América Latina. En los últimos años, Bogotá se empieza a distinguir internacionalmente por su amplia oferta de posgrados (808 programas) y por el desarrollo de destrezas en sus profesionales como Top Management y Manpower.

Se han identificado dos actividades con potencial de exportación y oportunidades para el desarrollo de la capacidad productiva, así como de atracción de inversión extranjera.

cuadro 12

ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE EDUCACIÓN**ACTIVIDAD**

Educación superior (maestrías)	o	Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados).
	o	Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.).
	o	Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).
	o	Plan Estratégico Exportador Bogotá - Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad Javeriana).
Aprendizaje del idioma español	o	Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados).
	o	Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).

f. Industrias culturales:

En los últimos años, Colombia ha demostrado tener talento creativo para la generación de contenidos, como en cine o televisión. Así mismo, cuenta con un alto reconocimiento internacional, reflejado en un elevado potencial exportador. La calidad de los procesos y profesionales que intervienen en actividades como editoriales y publicidad han consolidado internacionalmente a la región como un destino atractivo para la inversión.

Se han identificado tres actividades con potencial de exportación y oportunidades para el desarrollo de la capacidad productiva, así como de atracción de inversión extranjera:

cuadro 13

ACTIVIDADES CON POTENCIAL EXPORTADOR DEL SUBSECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES**ACTIVIDAD**

Traducción, corrección de estilo y diseño y diagramación	o	Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados).
	o	Estudio sobre servicios especializados (Global Partners - Cámara de Comercio de Bogotá - Alcaldía Mayor).
Publicidad y medios	o	Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados).
	o	Estudio sobre Bogotá como Plataforma de Servicios y las Negociaciones del TLC con E.U. (Universidad Externado de Colombia - Alcaldía Mayor - Colombia Móvil S.A.).
Generadores de contenidos	o	Estudio sobre 500 productos y servicios potenciales en Colombia (Araújo Ibarra & Asociados).
	o	Impacto económico del TLC con Estados Unidos en la región Bogotá-Cundinamarca (Cámara de Comercio de Bogotá - Fedesarrollo).

El éxito de la promoción del sector servicios exige una institucionalidad que impulse y gestione proyectos estratégicos a nivel transversal y sectorial. Para que dicha institucionalidad funcione, será clave el compromiso del sector empresarial, porque garantiza la continuidad y asume una responsabilidad social con la región. Se requiere el apoyo del sector público porque enmarca sus políticas en parámetros que responden a los intereses colectivos bajo un enfoque de largo plazo.

Con el propósito de gestionar la Agenda Regional de Servicios, es necesario promover el trabajo y la concertación entre el sector público y el privado. En la actualidad, la Cámara de Comercio de Bogotá, en asocio con la Alcaldía Mayor de Bogotá y un grupo de gremios y empresarios, lidera la creación de la Coalición Regional de Servicios, la cual será la instancia que facilitará la concertación para posicionar a Bogotá como plataforma atractiva para los servicios. En el siguiente capítulo se amplía la información asociada a la Coalición.



6 Coalición regional de servicios

La creciente participación del sector servicios en la economía mundial genera incentivos para avanzar en la creación de esquemas de cooperación entre las empresas que se dedican a esta actividad y los gobiernos nacionales y locales, con el fin de gestionar estrategias e iniciativas que les permitan mejorar sus posibilidades de competir en los mercados nacional e internacional.

Contar con una institucionalidad capaz de construir consensos en torno al futuro del sector servicios en una región, demanda la puesta en marcha de nuevas formas de organización institucional como espacios de concertación entre los actores públicos y privados de la región, con el propósito de alinear las decisiones y acciones y ejecutarlas de manera sostenida en el largo plazo.

Las experiencias internacionales en Estados Unidos, Irlanda, Hong Kong, Argentina y Chile, entre otros países, muestran que agrupar el sector servicios a través de coaliciones, asociaciones o entidades permite gestionar proyectos e iniciativas para la formación de recurso humano especializado, condiciones atractivas en materia tributaria, aduanera, financiera, de comercio exterior, inversión, desarrollo de infraestructura y educación.

En general, las Coaliciones de Servicios coinciden en la misión de unir esfuerzos para dinamizar el crecimiento del sector, mejorar su internacionalización y ampliar las oportunidades de negocios. Adicionalmente, representan los intereses de los empresarios de servicios en los procesos de integración, y sirven como organismos de consulta y asesoría a los Gobiernos para promover el desarrollo de las actividades de servicios.

Así como países y regiones de Europa, Asia y América han creado instituciones para promover el desarrollo del sector servicios, Bogotá y Cundinamarca optaron por crear la Coalición Regional de Servicios, que surge como iniciativa del 'Plan Nacional de Desarrollo, de la Agenda Interna Regional, del Plan de Competitividad de Bogotá y Cundinamarca, del Plan Estratégico Exportador Regional y de la mesa de servicios del CARCE', que deberá prolongarse y fortalecerse en el tiempo y que nos permitirá avanzar en la consolidación de Bogotá como el primer centro de servicios del país y uno de los más importantes en el contexto de América Latina.

La Coalición se concretará e instalará oficialmente el 22 de junio de 2007 con la firma del Acta de Compromiso entre la Alcaldía Mayor, entidades públicas del orden nacional, departamental y distrital, asociaciones gremiales y de profesionales y la Cámara de Comercio de Bogotá, con el fin de unir las voluntades públicas y privadas, con base en los principios de solidaridad, cooperación y confianza, para formular y adelantar, de manera consensuada, la Coalición Regional de Servicios que oriente las estrategias para el desarrollo del sector. La Coalición Regional de Servicios es una iniciativa público-privada que corresponde a un mecanismo de concertación.

Misión

La Coalición de Servicios de Bogotá y Cundinamarca será la instancia de convergencia institucional que facilitará la concertación público-privada para ejecutar los proyectos e iniciativas de la Agenda Regional de Servicios. Promoverá el desarrollo de actividades específicas, facilitará la interlocución con las

políticas públicas y generará información y conocimiento sobre el sector, para posicionar a Bogotá como plataforma atractiva para el desarrollo de actividades de servicios, y convertirla en una de las cinco ciudades más competitivas y con mejor calidad de vida en América Latina.

Objetivos estratégicos

Los objetivos corresponden a los propósitos fundamentales hacia los que se quiere proyectar el sector servicios en la región, y se concretan en proyectos específicos, que se incluyen de manera preliminar y, por tanto, deben ser priorizados, concertados por los grupos temáticos y financiados. Estos objetivos de la Coalición son:

- o Apoyar a los gremios y asociaciones del sector servicios.
- o Fortalecer la integración y la capacidad de concertación entre entidades públicas y privadas en servicios del orden nacional y regional.
- o Defender los intereses del sector en las negociaciones internacionales y en los tratados de libre comercio.
- o Promover las exportaciones de actividades de servicios y la inversión en la región.
- o Lograr simetría en el régimen normativo y tributario, frente a otros sectores de la actividad productiva.
- o Desarrollar un sistema de información regional sobre el sector.

Estructura organizacional

Estará compuesta por un Grupo Directivo, una Mesa de Expertos, Grupos de Trabajo Temáticos y una Secretaría Técnica.

GRÁFICA 14. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA COALICIÓN REGIONAL DE SERVICIOS



Grupo Directivo

Es el organismo máximo responsable de adoptar las decisiones estratégicas sobre la Agenda Regional de Servicios y sus proyectos. Un tercio de sus integrantes son representantes del sector público y las dos terceras partes restantes la conforman representantes del sector privado, organizaciones gremiales, de profesionales y la academia.

Mesa de Expertos

Es el organismo consultivo de la Coalición Regional de Servicios, conformada por asesores en desarrollo sectorial y regional, que orientan a los grupos temáticos de trabajo y al grupo directivo.

Secretaría Técnica

La Secretaría Técnica, integrada por la Secretaría de Desarrollo Económico y la Cámara de Comercio de Bogotá, suministrará los insumos técnicos y coordinará los grupos de la Coalición Regional de Servicios. Desarrollará estudios y propuestas sectoriales y dará apoyo técnico al Grupo Directivo.

Grupos de Trabajo Temáticos

Los Grupos de Trabajo Temáticos son la esencia de la Coalición Regional de Servicios, por cuanto formulan y gestionan las iniciativas y proyectos de la Agenda Regional de Servicios en temas estratégicos como emprendimiento y competencias empresariales, políticas públicas y normatividad, información e investigación, inserción internacional e infraestructura, logística y TIC. Cada grupo contará con un coordinador designado por sus miembros, un secretario técnico y un asesor de la Cámara de Comercio de Bogotá:

- o Emprendimiento y competencias empresariales: formación y capacitación empresarial y del recurso humano, asociatividad, emprendimiento (Crea, Crece, Consolida e Innova).
- o Políticas públicas y normatividad: zonas francas, propiedad intelectual, zonas económicas especiales, normatividad (tributaria, aduanera y cambiaria), homologación de títulos, acreditación de instituciones y programas, certificaciones, programas de financiamiento, fondos de capital de riesgo.
- o Información e investigación: estadísticas actualizadas sobre el sector, estudios e investigaciones específicos, información de mercados y oportunidades comerciales.
- o Inserción internacional: acceso a mercados, barreras comerciales, negociaciones internacionales en servicios (OMC y TLC), atracción de inversión.
- o Infraestructura, logística y TIC: banda ancha, acceso a TIC, infraestructura vial, modernización del Aeropuerto Eldorado, innovación tecnológica.

GRÁFICO 15. GRUPOS DE TRABAJO TEMÁTICOS Y SECTORIALES



GRÁFICA 16. PROCESO DE DISCUSIÓN DENTRO DE LOS GRUPOS TEMÁTICOS DE LA COALICIÓN REGIONAL DE SERVICIOS



Aliados estratégicos de la Coalición Regional de Servicios

- o Autoridades del Gobierno Nacional: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, DANE, DNP, Proexport, SENA.
- o Alcaldía Mayor de Bogotá: Secretaría de Desarrollo Económico - Secretaría de Planeación Distrital.
- o Gobernación de Cundinamarca: Secretaría de Planeación.
- o Gremios y Asociaciones de profesionales.
- o Empresarios.
- o Universidades y Centros de Investigación.
- o Corferias.
- o Invest in Bogotá.



ANEXO 1

ENTIDADES QUE APOYAN LA INICIATIVA

Alcaldía Mayor de Bogotá
Cámara de Comercio de Bogotá
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Gobernación de Cundinamarca
Agencia de Atracción de Inversión: Invest In Bogotá
Corporación de Ferias y Exposiciones - Corferias
Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE
Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA
Proexport Colombia
Programa Midas
Comité Asesor Regional de Comercio Exterior de Bogotá y Cundinamarca - CARCE
Federación Colombiana de la Industria del Software y Tecnologías Relacionadas - Fedesoft
Alianza Sinertic
Asociación Colombiana de Call Centers
Asociación Colombiana de Universidades - ASCUN
Universidad Nacional de Colombia
Universidad de Los Andes
Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario
Pontificia Universidad Javeriana
Universidad de La Sabana
Universidad Externado de Colombia
Sociedad Colombiana de Arquitectos
Asociación Colombiana de Ingenieros- ACIEM
Federación Colombiana de Transitarios, Intermediadores Aduaneros y Almacenadores - FITAC
Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo - ANATO
Asociación de Transporte Aéreo de Colombia - ATAC
Asociación Colombiana de Logística
Bureau de Convenciones y Visitantes
Asociación Hotelera de Colombia - COTELCO
Fundación Cardio- Infantil
Clínica Barraquer
Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica y Estética
La Asociación de Diarios Colombianos - ANDIARIOS
Unión Colombiana de Empresas Publicitarias
Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica
Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones - CCIT

